

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Effect of Globalization on Identity Components of Contemporary Rugs of Tabriz
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

تأثیر جهانی شدن بر مؤلفه‌های هویتی قالی‌های معاصر تبریز

عبداله میرزایی *

دانشکده فرش، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۳/۰۵ تاریخ اصلاح: ۹۷/۰۷/۲۸ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۹/۲۸ تاریخ انتشار: ۹۸/۰۳/۰۱

چکیده

بیان مسئله: میراث فرهنگی و مظاهر آن مانند هنرهای صناعی، به عنوان عامل تثبیت‌کننده هویت فرهنگی اقوام به شمار می‌روند. قالی تبریز، یکی از مهم‌ترین فرآورده‌های فرهنگی و صنایع دستی ایران در عرصه جهانی است اما در دهه‌های اخیر امواج فرهنگی حاصل از پدیده جهانی شدن باعث تغییر در مؤلفه‌های هویتی این قالی‌ها شده است. ادامه چنین روندی کارکردهای مورد انتظار از قالی تبریز به عنوان نمونه شاخص فرآورده فرهنگی و هویت‌ساز ایرانی اسلامی و قابل عرضه در شبکه بازار جهانی کالاهای فرهنگی را با چالشی جدی مواجه ساخته است. ازدست‌دادن هویت بومی و اصالت فرهنگی و در نتیجه کالابودگی از پیامدهای تداوم چنین روندی است. راهکار مواجهه علمی با فرهنگ جهانی، شناخت آثار و مصادیق چنین پدیده‌ای در قالی تبریز است.

هدف: هدف از این پژوهش مطالعه آثار و تبعات جهانی شدن فرهنگی در قالی تبریز و بحث در زمینه راهکار مواجهه علمی با آن است.

روش تحقیق: این پژوهش به شیوه توصیفی-تحلیلی و با استفاده از داده‌های حاصل از مطالعات میدانی بر روی ۲۰۰ تخته قالی دست‌بافت معاصر تبریز و منابع کتابخانه‌ای به انجام رسیده است.

نتیجه: در نتیجه پیوستن قالی‌های معاصر تبریز به شبکه جهانی تجارت کالاهای فرهنگی در قالب پدیده جهانی شدن، مؤلفه‌های هویتی و سبک‌ساز این فرآورده دست‌بافت ایرانی اسلامی دچار التقاط شده است؛ به طوری که مصادیق چنین پدیده‌ای در سه حوزه مؤلفه‌های بصری، فنی و کاربردی قابل مشاهده است. با توجه به اهمیت عنصر آگاهی در نحوه کنش‌مندی عاملان انسانی، ارتقاء دانش و مهارت طراحان قالی به عنوان عاملان مرکزی نظام تولید قالی تبریز از طریق تجهیز آنها به اصول و مبانی طراحی سنتی ایران می‌توان، قدرت تعامل سازنده در برابر ساختارهای پیرامونی حاصل از جهانی شدن را در این عاملان تقویت کرد.

واژگان کلیدی: هنرهای محلی، فرهنگ جهانی، قالی تبریز، آموزش.

مقدمه و بیان مسئله

چون «جهانی شدن»، «انفجار اطلاعات»، «فشرده‌گی زمان و فضا» و «دهکده جهانی» شده است. این مؤلفه‌ها با خود چالش‌های بزرگی چون خطر نابودی مظاهر فرهنگی اقوام و خرد فرهنگ‌های بومی و محلی مانند آثار هنری و

توسعه ابزارهای رسانه‌ای، سیستم‌های حمل‌ونقل، شبکه‌های تجاری چند ملیتی و ... در سده اخیر باعث رواج اصطلاحاتی

* نویسنده مسئول a.mirzaei@tabriziau.ac.ir
۰۹۱۲۲۵۴۶۷۶۲

هنر عامل اساسی در ایجاد هویت‌های اجتماعی و فرهنگی است و می‌تواند هویت‌های ملی را تقویت و یا آنها را تضعیف نماید، کالای هنری را نیز به مثابه کالای هویتی می‌داند که مخاطب نیز به علت داشتن تعلق خاطر به هویتی خاص، آن را مصرف می‌کند (فکوهی، ۱۳۹۲: ۱۰۱-۹۸).

در سال‌های اخیر با هجوم مؤلفه‌های فرهنگ غربی که سوار بر امواج مدرنیته در قالب مفاهیم بازاریابی نوین و اصول مشتری‌مداری، مرزهای جغرافیایی را درنوردیده‌اند، تولیدکنندگان قالی تبریز به عنوان پیشاهنگ مواجهه با چنین پدیده‌ای، در پی تطبیق آثار خود با این مفاهیم نوظهور، تغییرات عمده‌ای در مؤلفه‌های هویتی قالی‌ها به وجود آورده‌اند. ادامهٔ چنین روندی کارکردهای مورد انتظار از قالی تبریز به عنوان نمونهٔ شاخص فرآوردهٔ فرهنگی و هویت‌ساز ایرانی اسلامی و قابل عرضه در شبکهٔ بازار جهانی کالاهای فرهنگی را با چالشی جدی مواجه ساخته است. با توجه به اینکه فقدان پیوندهای فرهنگی ذهنیت جامعه از کارکردهای هویتی قالی تبریز را متحول می‌کند، از این رو مسئلهٔ اصلی پژوهش حاضر ظهور مظاهر فرهنگی و هنری بیگانه و عمدتاً غربی در گسترهٔ قالی‌های دست‌بافت تبریز و جایگزینی تدریجی آنها با طرح‌های اصیل و سنتی ایرانی است. سؤالات اصلی پژوهش عبارتند از: ۱. آثار، تبعات و مصادیق جهانی‌شدن در قالی‌های معاصر تبریز کدامند؟ ۲. راهکار پیشنهادی مناسب برای تعامل سازنده با چنین پدیده‌ای چیست؟ به نظر می‌رسد با توجه به اینکه ابزارهای عمدهٔ جهانی‌سازی در خدمت فرهنگ غرب بوده و در همهٔ حوزه‌ها گسترده شده است، لذا مصادیق و مظاهر جهانی‌شدن در قالی‌های تبریز نیز مشهود است. با قبول این گزاره که در عرصهٔ کنونی و در برابر بازوهای قدرتمند جهانی‌سازی، تعاملات فرهنگی و اجتماعی با دنیای پیرامون اجتناب‌ناپذیر است، لذا تقویت باورهای فرهنگی از طریق افزایش قدرت آگاهی عاملان درگیر در نظام تولید و عرضهٔ قالی تبریز در ارتقاء قدرت عاملیت آنان مؤثر است.

مبانی نظری

اصطلاح «جهانی»^۲ از چهارصدسال پیش تاکنون مورد استفادهٔ محققان با دیدگاه‌های متفاوت بوده است. تأکید بر فشردگی زمان و فضا و درهم‌تنیدگی جوامع و مطالعهٔ پیامدهای آن، هستهٔ مشترک اغلب تعاریف صورت‌گرفته از اصطلاح «جهانی‌شدن»^۳ است. به عبارتی «جهانی‌شدن در اصلی‌ترین معنای خود از یک سو متضمن فشردگی تمام جهان و از سوی دیگر متضمن افزایش سریع در خودآگاهی کل جهان است» (رابرتسون و خندکر، ۱۳۸۳: ۶۴). فرآیند جهانی‌شدن نه تنها در صورت‌های آشکار آن مانند توسعهٔ

فرآورده‌های سنتی و آداب و رسوم همراه با آنها را به همراه دارند. تا چنددهه پیش فرآیند تولید صنایع دستی بخش مهمی از فعالیت‌های تولیدی نیروی کار کشور را به خود اختصاص داده بود که همراه خود ارزش‌های فرهنگی اقوام تولیدکننده را نیز منعکس می‌کرد. با ورود فرآورده‌های کارخانجات صنعتی و مدرن غرب به ایران و به حاشیه رانده‌شدن صنایع بومی و محلی، نخستین پیامدهای جهانی‌شدن در این حوزه آشکار شد. به طوری که غالب مصنوعات سنتی و کاربردی ایران - از جمله مصنوعات فلزی، چوبی و سفالی - وجههٔ کارکردی خود را به سرعت از دست داده و به آثار تزئینی و بصری با کارکرد موزه‌ای تبدیل شدند. با توجه به اینکه میراث فرهنگی و مظاهر آن چون هنرهای صناعی، به عنوان عامل تثبیت‌کنندهٔ هویت و موقعیت فرهنگی اقوام به شمار می‌روند، لذا تضعیف جایگاه مظاهر میراث فرهنگی در زندگی مردم در پی جهانی‌شدن تهدیدی برای ادامهٔ حیات فرهنگ‌های بومی است.

صاحب‌نظران، جهانی‌شدن را امر واقع و درحال جریان دانسته و مقاومت در برابر آن را محکوم به شکست می‌دانند. با اجتناب‌ناپذیرشدن مبادلات کالایی میان جوامع گوناگون و فرهنگ‌های متفاوت، صاحب‌نظران توصیه می‌کنند که کشورها در تلاش برای صدور پیوندهای فرهنگی و مبانی شناختی و هویتی جوامع خود همراه کالاهای صادراتی باشند. اینان عقیده دارند «از وقتی که افراد کالاهایی را برای رفع نیازهای خود تولید می‌کنند، این اشیا افراد را - هرچند به طور غیرمستقیم - به احتیاجات و فعالیت‌های دیگران پیوند می‌دهند، از این رو با مصرف این اشیا در فرهنگ‌ها و اقوام دیگر، باز نمود فرهنگ اصلی در جامعه میزبان تا حدی مجسم می‌شود. هرچند آنها تحت تأثیر سیستم مدرن جهانی از موطن اصلی خود جدا افتاده باشند» (Helfgott, 1994: 1). بنا به گزارش «آنکتاد»^۱ قالی تنها صنعت خلاق ایرانی مطرح در عرصهٔ جهانی است (زکریایی کرمانی، شعیری و سجودی، ۱۳۹۲: ۱۲). در این بین قالی تبریز به عنوان یکی از نمودهای فرهنگ ایرانی - اسلامی جایگاه ممتازی بین صادرات این فرآوردهٔ سنتی ایران به خود اختصاص داده است. توجه به قابلیت‌های فرهنگی و اجتماعی قالی‌های تبریز نشان می‌دهد این دست‌بافته‌ها به علت بازنمایی پیوندهای اجتماعی و فرهنگی جوامع تولیدکننده و صادرشدن در حجم وسیع به سراسر جهان به ویژه دنیای غرب، مصداق بارز امر محلی بوده و کالای فرهنگی ارزشمندی برای مبادلهٔ پایاپای در عرصهٔ جهانی‌شدن فرهنگی برای کشور نیز است؛ زیرا اگر در عرصهٔ جهانی‌شدن رقابت صرفاً به فضای تکنولوژی و صنعت کشیده شود، ما مقهورشده و به حاشیه رانده خواهیم شد، ولی در حوزهٔ هنرهای صناعی و فرهنگ بومی می‌توانیم به اندازهٔ تأثیرپذیری خود، اثرگذار نیز باشیم. «فکوهی»، با بیان اینکه

نیست. مؤلفه‌های اصلی و مظاهر فرهنگی اقوام مختلف همراه با ابعاد سیاسی و اقتصادی جهانی شدن از بستر و سرزمین اصلی خود جدا و در فضایی جهانی پراکنده می‌شوند، این فضای جهانی متراکم، عرصه حضور و برخورد فرهنگ‌های مختلف شده و به شکل‌گیری فرهنگ‌های همگون جهانی کمک می‌کند. «تاملینسون» از متفکران جهانی شدن فرهنگ عقیده دارد: «فرآیندهای دگرگون‌ساز عظیم دوران ما را که جهانی شدن توصیف می‌شوند جز با واژگان مفهومی فرهنگ نمی‌توان فهمید» (تاملینسون، ۱۳۸۱: ۱۳).

پیشینه پژوهش

در حوزه بررسی تأثیرات جهانی شدن در هنرها تحقیقات اندکی به انجام رسیده است که از آن جمله می‌توان به پژوهش «رضایی نبرد» (۱۳۹۱) اشاره کرد. نویسنده در این پژوهش تأثیرات جهانی شدن در مظاهر مختلف هنر معاصر غرب را مطالعه کرده و نتیجه گرفته است که عمومی شدن هنرها، توسعه موزه‌ها و اهمیت یافتن نقش مخاطب از تأثیرات جهانی شدن در هنر معاصر غرب بوده است. در مقاله دیگری «شمس» و همکاران (۱۳۹۴) تأثیرات جهانی شدن در ساختار کالبدی اصفهان را به عنوان یک شهر اسلامی مطالعه کرده و نتیجه گرفته‌اند که فرآیند جهانی شدن تأثیرات زیادی در فضاهای کالبدی از جمله فضاهای عمومی و مراکز تفریحی و اجتماعی اصفهان برجای گذاشته است.

با وجود برخورداری قالی ایران از جایگاه ممتاز در میان کالاهای فرهنگی، بررسی‌های انجام‌شده از پایگاه‌های نشریات علمی و عناوین پایان‌نامه‌های دانشگاهی نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی که تأثیرات جهانی شدن را از منظر فرهنگی و هویتی بر قالی‌های تبریز و یا ایران به طور علمی مورد مطالعه قرار دهد، منتشر نشده است. با این حال پژوهشگران بسیاری از جمله، «دانشگر» (۱۳۷۶)، «صوراسرافیل» (۱۳۸۱)، «اکبری» و همکاران (۱۳۹۳) و «میرزایی» (۱۳۹۵) انحراف از معیارهای هویتی ایرانی-اسلامی و به‌کارگیری عناصر فرهنگی غربی در طرح و رنگ را مشخصاً بارز در توصیف قالی‌های معاصر تبریز بیان کرده‌اند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات کیفی است که به شیوه توصیفی-تحلیلی به انجام رسیده است. از آنجا که این پژوهش به بررسی تأثیرات جهانی شدن در گونه‌های مختلف قالی‌های معاصر تبریز (تابلوفرش‌ها و کف‌پوش‌ها) و ارائه راهکار مواجهه علمی با چنین پدیده‌ای می‌پردازد، از نظر هدف، در ردیف پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. در فرآیند انجام این تحقیق از منابع کتابخانه‌ای و بررسی‌های

شبکه‌های اینترنتی و رسانه‌های دیجیتال قابل مشاهده است، بلکه با نگاهی دقیق‌تر می‌توان عملکرد بازوهای قدرتمند و متنوع چنین پدیده‌ای را در تمامی جنبه‌های زندگی جوامع انسانی مشاهده کرد. «هر یک از جوامع انسانی، متناسب با شرایط و مقتضیات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی خود تأثیراتی از این تغییرات اجتماعی جدید می‌پذیرد. شدت و ضعف و مثبت و منفی بودن پیامدهای جهانی شدن برای این جوامع بستگی به شرایط یادشده دارد» (پوراحمد، قرخلو و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۱). از آنجایی که «توسعه و گسترش فناوری‌های جدید به ویژه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و ساختاری در دهه‌های اخیر در حال دگرگون کردن ساختارهای اقتصادی، سیاسی-اجتماعی و فرهنگی جهان در ابعاد مختلف است که تحت عنوان جهانی شدن شناخته می‌شود» (شمس، صفاری‌راد و قاسمی، ۱۳۹۴: ۱۲۰)، لذا تمامی پدیده‌هایی که در جهت همگون‌سازی مظاهر فرهنگی متنوع و بومی عمل می‌کنند، ذیل عنوان جهانی شدن مورد مطالعه قرار می‌گیرند.

«آنتونی گیدنز» از نظریه‌پردازان بزرگ معاصر عقیده دارد که جهانی شدن را به هیچ‌وجه نمی‌توان پدیده‌ای صرفاً اقتصادی دانست، هرچند شکل‌گیری یک اقتصاد جهانی از مهم‌ترین محرک‌های این پدیده به شمار می‌رود. وی از جمله نظریه‌پردازانی است که در واکنش به رهیافت اقتصادمحور برخی نظریه‌پردازان، بر جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی جهانی شدن تأکید دارد و آن را فراتر از شکل‌گیری نظام جهانی می‌داند (Giddens, 1998: 30-31). جایگاه فرهنگ در فرآیند جهانی شدن به اندازه‌ای است که برخی پژوهشگران عقیده دارند، «امروزه دیگر فقط کالا و خدمات و یا سرمایه از مرز کشورها خارج نمی‌شود، بلکه فرهنگ، سنت و دانش نیز به خارج از مرزهای قراردادی صادر می‌شوند. رشد فناوری‌های روزافزون هم بر این جریان دامن می‌زند. به طور کلی در مباحث جهانی شدن بخش مهمی از پژوهش‌ها بر جنبه‌های کاربردی و شهودی متمرکز شده است» (رضویان، فنی و آقایی، ۱۳۹۳: ۱۳۹). «جهانی شدن فرهنگی»^۴ عبارت است از شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه‌های جهانی. این فرآیند موجی از همگونی فرهنگی را در جهان پدید می‌آورد و همه خاص‌های فرهنگی را به چالش می‌طلبد. فرآیند جهانی شدن در عین حال که اقتصاد جهانی و جامعه‌ای فراملی پدید می‌آورد، فرهنگ جهانی را نیز شکل می‌دهد» (گل‌محمدی، ۱۳۸۶: ۹۸). عناصر شکل‌دهنده این فرهنگ جهانی، فرهنگ‌های خاص و بومی اقوام و ملل مختلف هستند که هرکدام با تأکید بر قابلیت‌ها و ظرفیت‌های خویش در این فرآیند نقش دارند. این پدیده چنان فراگیر در حال وقوع است که تقریباً هیچ فرهنگ محلی یا بومی از پیامدهای آن مصون

می‌شوند که بازتاب هویت فرهنگی و جغرافیایی جوامع تولید هستند. این مؤلفه‌ها به صورت مستقیم و بی‌واسطه ارزش‌های فرهنگی و هنری حاکم بر جامعه را بازگو می‌کنند. لذا دارای اهمیت بوده و از معیارهای تشخیص اصالت فرهنگی و سنتی هنرهای بومی و محلی به شمار می‌روند. مطالعه قالی‌های جامعه آماری نشان داد، تحت‌تأثیر امواج متنوع جهانی‌شدن، تغییراتی در مؤلفه‌های بصری قالی‌های این شهر به وقوع پیوسته است که به شکل‌های متنوعی در محتوای قالی‌ها قابل مشاهده است. نمایش عمق و پرسپکتیو در طرح و نقش، استفاده از تنالیت‌های رنگی به جای نقش‌اندازی برای پوشش زمینه، رویکرد رئالیستی در طراحی و رنگ‌آمیزی نقوش، استفاده از نقوش التقاطی و عناصر تصویری عمدتاً غربی و بیگانه و تصویربافی از مهم‌ترین مصادیق و مظاهر جهانی‌شدن فرهنگی و نفوذ مبانی فرهنگی بیگانه در محتوای بصری قالی‌های معاصر تبریز هستند (تصاویر ۱ و ۲).

• مؤلفه‌های فنی (فرم)

در طول تاریخ، قالی ایران فرآورده‌ای خودبسنده بوده که متناسب با مواد و مصالح اولیه در دسترس و بومی، توسط بافندگان و با طرح و نقش برگرفته از فرهنگ و جغرافیای غالب منطقه برای رفع احتیاجات خود و دیگران تولید می‌شد. از آنجا که کارکرد اصلی این قالی‌ها در استفاده به عنوان کف‌پوش بود، لذا لازم بود مؤلفه‌های فنی این قالی‌ها از جمله نوع و ظرافت مواد و مصالح، رج‌شمار، نوع گره و ظرافت بافت، نوع پرداخت و نقش‌اندازی و... نیز متناسب با کارکرد آنها باشد. در طول قرن‌ها این قالی‌ها با چنین هدفی و به دور از هیاهوی تحولات صورت‌گرفته در دنیای هنرهای تصویری غربی به حیات خود ادامه داده بودند.

گسترش شبکه‌های رسانه‌ای و ترویج مبانی و مظاهر فرهنگ دنیای غرب باعث القای ارزشمندبودن به مظاهر چنین تمدنی در جوامع غیرغربی شده است. در دهه‌های اخیر تغییرات بسیاری در مؤلفه‌های فنی قالی‌های تبریز با

میدانی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل ۲۰۰ نمونه از قالی‌های بافته‌شده در دو دهه اخیر در جغرافیای شهرستان تبریز است. انتخاب نمونه‌ها با توجه به اهداف پژوهش و رهگیری مصادیق جهانی‌شدن در قالی‌های معاصر تبریز از نوع نمونه‌گیری هدفمند بوده است. بدین صورت که با مستندنگاری تصویری و میدانی ۲۰۰ تخته‌قالی مربوط به دوره زمانی پژوهش از بازار تبریز نمونه‌هایی که آثار و تبعات جهانی‌شدن در مؤلفه‌های هویتی آنها مشهود بود، انتخاب و مطالعه شد. سپس در جهت تبیین یافته‌های بخش اول پژوهش و در پی شناخت زمینه‌های رواج شیوه‌های عمدتاً غربی در مؤلفه‌های بصری قالی‌های تبریز، به انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساخت یافته با ۲۰ نفر از طراحان مطرح تبریز پرداخته شد.

یافته‌های پژوهش

• تحلیل نمونه‌ها

مطالعه قالی‌های جامعه آماری پژوهش نشان داد در پی غلبه نیروهای حاصل از امواج جهانی‌شدن، تغییرات گسترده‌ای در مبانی هویتی^۵ و سبک‌ساز قالی تبریز به وقوع پیوسته است. از نظر پژوهشگران شروع تأثیر امواج ویرانگر جهانی‌شدن در فرهنگ و هنر ایران به دوره قاجار برمی‌گردد. «از اواسط قرن نوزدهم و به دنبال وقوع برخی تحولات داخلی و بین‌المللی دگرگونی‌های متعددی در اوضاع سیاسی و اجتماعی ایران اتفاق افتاد که عمیق‌ترین و پایدارترین جنبه این دگرگونی‌ها بُعد فرهنگی آنها بود» (علاقه‌مند، صالحی و مظفر، ۱۳۹۶: ۸). مظاهر چنین تغییراتی در قالی‌های تبریز نیز از آن سال‌ها شروع شده و در سال‌های اخیر با قدرتمند شدن ابزارهای جهانی‌سازی، شدت بیشتری گرفته است که در جدول شماره ۱ به این تغییرات در سه حوزه بصری (محتوا)، فنی (فرم) و کارکرد اشاره شده است.

• مؤلفه‌های بصری (محتوا)

مؤلفه‌های بصری طرح و نقش و رنگ‌بندی قالی‌ها را شامل

جدول ۱. مصادیق جهانی‌شدن در قالی معاصر تبریز. مأخذ: نگارنده.

حوزه‌های اصلی و محورهای فرعی مظاهر جهانی‌شدن فرهنگ در مؤلفه‌های هویتی قالی تبریز

کارکرد	مؤلفه‌های فنی (فرم)	مؤلفه‌های بصری (محتوا)
- حذف کارکرد به عنوان کف‌پوش - القای کارکرد تزئینی و بصری به قالی‌ها (قالی‌های تابلویی) - القای کارکرد موزه‌ای به قالی‌ها از بدو تولید	- تکه‌چسبانی یا کلاژ (ترکیب قالی با چرم، یا با قالی دیگر) - ابعاد نامتعارف (قالی‌های چندضلعی، دایره و...) - برجسته‌بافی - حجم‌بافی (به شکل کوزه، پرتله، کروی و...) - رج‌شمارهای نامتعارف بسیار بالا و تزئینات غیرضروری	- رویکرد رئالیستی در طراحی و رنگ‌آمیزی نقوش - نمایش عمق و پرسپکتیو در طرح - استفاده از تنالیت‌های رنگی به جای نقش‌اندازی برای پوشش زمینه - استفاده از نقوش التقاطی و عناصر بیگانه - تصویربافی (تابلویی) - توسل به موضوعات غربی مغایر با فرهنگ ایرانی در طرح‌ها - استفاده از هارمونی‌های رنگی نزدیک به هم و تعدد رنگ‌ها

ذوق آزمایی پدیدآورندگان آنها ایجاد شده است. این تغییرات به صورت عمده تقلیدی ظاهری از مظاهر هنری و شیوه‌های رایج در هنرهای تصویری غرب بوده و در مقابل کارکرد اصلی این قالی‌ها به عنوان کفپوش قرار دارند. مصادیق چنین نگرشی در قالی‌های جامعه آماری پژوهش عبارت بودند از تکه‌چسبانی یا کلاژ در قالب ترکیب قالی با چرم یا قطعاتی از قالی دیگر با تأثیر از سبک هنری. کلاژ در غرب، ابعاد و اشکال نامتعارف قالی‌ها، برجسته‌بافی گسترده، حجم‌بافی در قالب بافت فرم‌های کوزه، پرتره، گروهی، رج‌شمارهای بسیار بالا و غیر ضروری (تصویر ۳).

• کارکرد

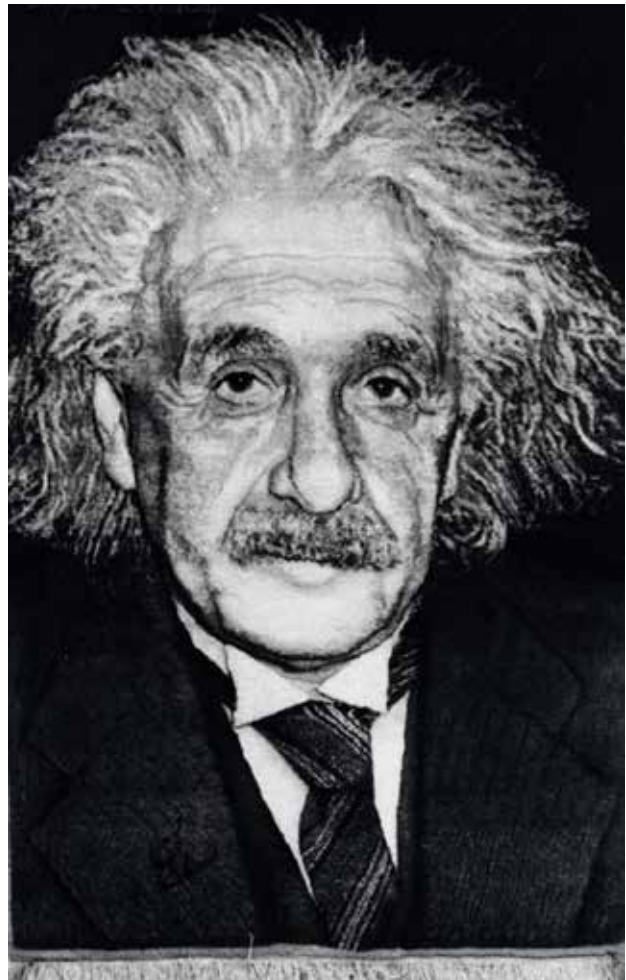
هرچند تزیین یکی از مهم‌ترین اصول هنرهای ایرانی را تشکیل داده و به عنوان یکی از شاخصه‌های اصلی هنرهای ایران به شمار می‌رود، ولی تزیین در هنر سنتی ایران همواره در خدمت کارکرد بوده و مانعی در برابر اهداف کارکردی محصول ایجاد نمی‌کرد. از این رو در طول تاریخ، هدف اصلی تولید فرش، کاربرد آن در زندگی روزمره و به تناسب نیاز بود؛ هرچند به فراخور نیاز این قالی‌های گسترده به عنوان تزیین نیز در برخی مناسبات اجتماعی و اعیاد به کار گرفته می‌شدند. مطالعات نشان داده که تولید قالی‌های تصویری و تابلویی که تولید آنها از اواخر دوره قاجار و در تعداد بسیار محدود شروع شده، حجم وسیعی از تولیدات معاصر تبریز را به خود اختصاص داده است. برخلاف کارکرد اصلی و گسترده قالی، تولید آنها از ابتدا با نیت کاربرد بصری و لذت‌آفرین صورت گرفته است. از این رو القای کارکرد تابلویی، تزیینی و صرفاً بصری به قالی‌ها با حذف کارکرد گسترده آنها و همچنین القای کارکرد موزه‌ای به قالی‌ها از بدو تولید، از جمله مواردی است که با تأثیر از فرهنگ بصری غربی در قالی‌های تبریز رواج یافته است.

بحث در یافته‌ها

مطالعات میدانی و انجام مصاحبه با تولیدکنندگان و طراحان قالی تبریز در جهت تبیین چرایی توسل به محتوای غربی در نقش‌اندازی قالی‌های تبریز نشان داد که عمده این افراد با این اظهار نظر یکی از طراحان مطرح قالی تبریز که عقیده دارد «فرش کالای تجاری است و اصالت و کلاسیک بودن غلط است» موافق هستند. اینان عقیده دارند که «خواستۀ بازار و مشتری مهم است و باید تابع نظر مشتری باشیم». چنین نگرشی، رویکرد در حال گسترش در نظام طراحی و تولید قالی تبریز است. از این رو همان‌طور که «اسپونر» عقیده دارد: «بافنده یا طراح امروزی دیگر شیوه گذشتگان را در به‌کارگیری و تکرار موتیف‌های سنتی برای هرچه شبیه‌تر بودن به نمونه‌های قبلی



تصویر ۱. نقاب مرد عنکبوتی در قالی تبریز. ماخذ: نگارنده.



تصویر ۲. تصویر آلبرت انشتین در قالی تبریز، ماخذ: نگارنده.

سلیقه‌ای خاص در تولیدات برگزار می‌شود. باید توجه داشت که در تبیین ساختارهای ایجادشده برای توجیه بسترهای تغییر در مؤلفه‌های سبکی قالی‌های تبریز نباید تغییر در شیوه‌های آموزش طراحان قالی به مثابه عاملان درگیر در کنش را که خود از پیامدهای جهانی‌شدن است، از نظر دور داشت. گیدنز با اشاره به صورت‌بندی ساختارها توسط اعمال انسانی می‌نویسد: «این امکان بالقوه در کردار انسانی وجود دارد که -علاوه بر صورت‌بندی- ساختارها را هم تغییر بدهد. از جمله با بی‌اعتنایی به راه‌های انجام امور (قواعد و منابع) و یا بازسازی آنها به نحوی متفاوت» (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۱). وی در جایی دیگر در مورد پیامدهای ناخواسته چنین تغییری، این گونه می‌نویسد: «پیامدهای آنچه کنشگران انجام می‌دهند -عمدی یا غیرعمدی- رویدادهایی هستند که اگر کنشگر به شیوه متفاوتی رفتار می‌کرد، رخ نمی‌دادند اما در قدرت عامل قرار نمی‌گیرند ... میزان و شدت این پیامدها هم به میزان هوشمندی عاملان و هم منابع قدرت (قواعد و منابع) آنها بستگی دارد» (همان: ۱۳۹-۱۳۸).

قالی تبریز، آموزش و جهانی‌شدن

در جهان اجتماعی معاصر که حاصل فشردگی زمان و فضا است، نیروهای همگون ساز مسلط هستند ولی همه کاره نیستند. لذا مظاهر فرهنگ های بومی نیز می‌توانند جایگاهی داشته باشند. (Hanerz, 1992: 96). در این بین قالی تبریز به جهت برخوردار بودن از مؤلفه‌های هویتی ایرانی اسلامی می‌تواند سهم عمده‌ای در تبادلات فرهنگی ایران ایفا کند. افزایش مبادلات فرهنگی در دوره کنونی نسبت به مبادلات اقتصادی، که از آن با عنوان فرهنگی شدن اقتصاد یاد می‌شود (توسلی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷۲)، لزوم مطالعه راهکارهای علمی در تعامل با جهانی‌شدن فرهنگ را ضروری ساخته است؛ زیرا قالی ایران به عنوان تنها صنعت خلاق ایرانی جهانی شده و قالی تبریز به عنوان مصداق بارز میراث فرهنگی، به سبب حضور جنبه‌های معنوی و مادی فکری و احساسی گروه‌های اجتماعی به طور طبیعی «محلی» و با توجه به حجم صادرات آن و حضور در محافل هنری و نمایشگاه‌های بین‌المللی، «جهانی» است و اساساً به عنوان عاملی هویت‌ساز و بیانگر ماهیت جامعه تولیدکنندگان آن است.

«بدون قابلیت دانش‌اندوزی عاملان، ساختارها و نهادها وجود نخواهند داشت. زیرا معرفت اصل اساسی بازتولید اجتماعی است» (پیرسون، ۱۳۸۴: ۱۴۶). لذا مطالعه کیفیت نظام آموزش هنرمندان طراح و تأثیر آن در نظام طراحی قالی تبریز اهمیت می‌یابد. از منظر جامعه‌شناسی منظور از آموزش، انتقال دانش، مهارت و شیوه کنش‌های متقابل در موقعیت‌های مختلف است تا از این طریق اعضای جدید با چهارچوب‌های جامعه خود آشنا شوند. «جامعه‌شناسان بین آموزش به معنای عام و



تصویر ۳. بخشی از قالی با عنوان گردش خلقت. مأخذ: نگارنده.

و تحسین سایر هم‌صنغان دنبال نمی‌کند، بلکه با محاسبات خویش در تلاش برای یافتن و امتحان کردن شیوه‌هایی است که خوشایند کسانی باشند که برای بازارهای خارجی خرید می‌کنند. این تغییر گرایش باعث تغییرات آشکار در کیفیات عمومی قالی‌ها مانند ترکیب نگاره‌ها و انتخاب رنگ‌ها شده است» (Spooner, 2011: 218). از این رو توده‌ای شدن فرهنگ در پی القای رسانه‌ها، غلبه عامل اقتصادی در تولیدات فرهنگی، نگاه سودگرایانه در قالب مفاهیم بازاریابی مدرن و پست‌مدرن -که رضایت مخاطب را شرط اصلی موفقیت یک کالای تجاری می‌دانند- برخی از ابزارهای جهانی‌شدن بوده و باعث تغییر در عناصر سبک‌ساز و هویتی قالی معاصر تبریز شده است. امروزه ابزارهای متنوع دیگری در کار الگودادن به مسیر حرکت فرهنگی جوامع مختلف هستند. از جمله این ابزار و شیوه‌ها در نظام تولید قالی می‌توان به برگزاری نمایشگاه‌های سالانه در جهان اشاره کرد که با هدف معرفی آثاری با مضامین و عناصر بیگانه با هویت ایرانی اسلامی به عنوان آثار شاخص و قابل تقدیر با ابزارهای رسانه‌ای قدرتمند و جریان‌سازی برای رواج

نتیجه‌گیری

مطالعات نشان می‌دهد که عمده مزیت‌های فرهنگی قالی‌های تبریز مدیون طرح و نقش آنها است و طراحان این قالی‌ها به منزله عاملان پیشاهنگ در تعامل با پدیده جهانی شدن فرهنگی در نظام تولید قالی تبریز موجد این طرح و نقش‌ها هستند، لذا به هر میزان که طراحان قالی‌های تبریز به گنجینه عظیم طرح‌ها و نقوش طراحی سنتی ایرانی اسلامی دسترسی داشته باشند و از قدرت فهم و تحلیل ساخت‌های محیطی برخوردار باشند، به همان اندازه در تعامل با فرهنگ‌های جهانی، ضمن پاسداری از مبانی فرهنگی و سنت‌های بومی موفق خواهند بود. مطالعه نظام کنونی تولید و صادرات قالی تبریز نیز نشان می‌دهد که گرچه ساختارهایی مقیدکننده، سوار بر امواج مدرنیته و جهانی شدن بر طراحان قالی تبریز فشار آورده و دامنه انتخاب و اختیار آنها را محدود می‌سازند، ولی طراحان قالی نیز به مثابه عاملان برخوردار از قوه تعقل و تفکر، در صورت برخورداری از قدرت کافی، هم در انتخاب خود از میان گزینه‌های موجود و هم در بازبینی آگاهانه انعکاس کنش‌های خویش می‌توانند نقش داشته باشند. از این رو، جهانی‌سازی را می‌توان فرصتی برای ملت‌هایی دانست که از نظر فرهنگی غنی هستند.

در پایان و در راستای سؤالات پژوهش می‌توان گفت، مظاهر و مصادیق پیوستن قالی‌های تبریز به شبکه جهانی تجارت کالاهای فرهنگی در قالب پدیده جهانی شدن در سه حوزه، الف: طرح و نقش و رنگ، ب: مؤلفه‌های فنی و ج: مؤلفه‌های کاربردی قابل مشاهده بوده و تداوم این روند بدون شناخت ماهیت و تبعات جهانی شدن، نظام تولید قالی تبریز را به عنوان بخشی از میراث فرهنگی و هویتی ایران با چالشی جدی مواجه خواهد ساخت. زمینه‌های رواج چنین پدیده‌ای در قالی تبریز در قرن اخیر و به واسطه برخی ویژگی‌های خاص جغرافیایی و سیاسی این شهر و نیز تحول در نظام آموزش سنتی به نظام مدرسه‌ای شکل گرفته و با توسعه شبکه‌های گسترده ارتباطی و تجاری شتاب بیشتری یافته است. آمادگی برای تعامل بهتر با ساختارهای جهانی شدن فرهنگ در جهت حراست از میراث معنوی فرهنگ و هنر ایرانی اسلامی در تعاملات جهانی با آموزش عوامل تولید قالی‌های تبریز به ویژه طراحان و تجهیز آنها به اصول و مبانی گنجینه عظیم نقوش سنتی طراحی قالی ایران میسر می‌شود. تقویت باورهای هویتی، فرهنگی و اجتماعی و ارتقای منزلت اجتماعی عوامل درگیر در طراحی و تولید قالی تبریز باعث می‌شود این افراد به تعریف مشخصی از هویت بر اساس پیوندهای قومی و منطقه‌ای دست یابند. بر این اساس اینان قادر خواهند بود در تعامل با ساخت‌هایی چون جهانی شدن، پیوندهای فرهنگی هنر خود را تکرار و به آنها قدرت و نیروی مضاعف ببخشند.

تحصیل مدرسه‌ای فرق می‌گذارند. آموزش می‌تواند به عنوان یک سازمان اجتماعی تعریف شود که اکتساب مهارت‌ها دانش و توسعه افق‌های فکری شخصی و ارتقای آنها را امکان‌پذیر می‌سازد و می‌تواند در زمینه‌های مختلفی شکل بگیرد. تحصیل اما پیوسته رسمی است و نوع مشخصی از دانش و مهارت از طریق برنامه‌های درسی از پیش طراحی شده تحویل داده می‌شود. آموزش کلید فهم جامعه‌پذیری دانسته می‌شود» (Giddens & Sutton, 2014: 80-81). لذا با توجه به وجود تفاوت‌های ماهوی در شیوه‌های متنوع آموزش موجود در نظام‌های آموزشی معاصر تلاش شد تا انواع شیوه‌های آموزش طراحان قالی تبریز مورد بررسی قرار گیرد. بدین منظور از طریق مراجعه به انجمن طراحان قالی تبریز تعداد بیست نفر از طراحان مطرح و فعال قالی این شهر انتخاب و با مراجعه به آنها شیوه‌های آموزش این افراد مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج نشان داد فرآیند آموزش و یادگیری طراحی قالی نزد این افراد به ترتیب فراوانی یکی از چهار شیوه یادگیری استادشاگردی (۵۰ درصد)، خودآموز (۴۰ درصد) و دانشگاهی (۱۰ درصد) است. لذا با کم‌رنگ شدن شیوه‌های آموزش استادشاگردی که از دیرباز در نظام هنرهای سنتی ایران رایج بود، شیوه‌های آموزش طراحان و عوامل تولید این قالی‌ها دچار التقاط و گونه‌گونی بسیاری شده و نیروهای قوام‌بخش و پیونددهنده میان شیوه‌های اصیل گذشته و حال را تضعیف نموده و باعث عدم آگاهی و دسترسی طراحان قالی تبریز به قواعد و منابع صحیح کنش‌مندی شده است. طراحان قالی تبریز در اظهارات خود در توجیه چرایی استفاده از الگوهای غربی و وارداتی در طرح و نقش قالی‌ها، ناآگاهی و عدم دسترسی به الگوهای سنتی و اصیل طراحی فرش و به عبارتی فقر در منابع را مطرح می‌کردند. اینان در مصاحبه‌ها عقیده داشتند که «سیستم آموزش باید نظام‌مند شده و ساماندهی شود. برای همه ما آموزش نیاز است و شیوه استادشاگردی باید احیا شود».

اذعان طراحان قالی تبریز بر نیاز به کسب مهارت‌های بیشتر نشان‌دهنده وجود نارسایی در این نظام و نیاز به تلاش، تحول، بازسازی و نوسازی فرهنگی از طریق آموزش و بارورساختن عاملان درگیر در این فرآیند است. آموزشی که با تکیه بر مؤلفه‌های هویت‌ساز فرهنگ بومی و شیوه‌های سنتی آفرینش‌های هنری و فرهنگی از قابلیت‌های دنیای معاصر نیز بهره‌مند شود. آموزش صحیح همراه با آینده‌نگری در مورد وضعیت جهانی فرهنگ، که فرآیندی تاریخی، در جریان و از زندگی امروزی جدایی‌ناپذیر است، نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. «اگر افراد در جوامع، خواهان جهانی باشند که در آن توسعه پایدار در همه ابعاد آن محقق شود، ناگزیر از تربیت انسان‌های متعهد، آگاه و دارای بینش و درک جهانی خواهند بود» (کشاورز، ۱۳۹۳: ۳۲۵).

پی‌نوشت‌ها

United Nation Conference in Trade and Development (UNCTAD) .۱

Global .۲

Globalization .۳

Cultural Globalization .۴

۵. مبانی هویتی قالی‌های ایران، شامل آن دسته از ویژگی‌های بصری و ساختاری است که باعث تشخیص بخشی به قالی ایران و وجه تمایز آنها از نمونه‌های مشابه خارجی می‌شوند. ویژگی‌های بصری عمدتاً منطبق با مبانی طراحی سنتی ایران از قبیل رعایت تقارن، توازن، ریتم، تعادل و... و ویژگی ساختاری در استفاده از تکنیک‌های فنی بافت متناسب با جغرافیای قالی‌بافی ایران هستند.

فهرست منابع

• اکبری، فاطمه، حسن پورنامی، جواد و چرخ، رحیم. (۱۳۹۳). *بازشناسی طراحی اصیل فرش تبریز به منظور اصلاح تولیدات معاصر*. طرح پژوهشی ملی چاپ نشده، کد ۹۰۰۷۰۲۳. تهران: صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوریان.

• پوراحمد، احمد. قرخلو، مهدی و موسوی، سیروس. (۱۳۹۰). بررسی مفاهیم و شاخص‌های نظریه شهر جهانی. *باغ نظر*، ۸ (۱۶): ۲۹-۴۲.

• پیرسون، کریستوفر. (۱۳۸۴). *معنای مدرنیت: گفتگو با آنتونی گیدنز*. ت: علی اصغر سعیدی، تهران: انتشارات کویر.

• تاملینسون، جان. (۱۳۸۱). *جهانی‌شدن و فرهنگ*. ت: محسن حکیمی. *آوای دنا*، ۹ (۱۰): ۸۰-۸۱.

• توسلی، غلام عباس، ثقفی، محمد، ساعی ارسبی، ایرج، شکرپیگی، عالیه، محدثی، حسن و مدنی، سعید. (۱۳۸۹). *جامعه‌شناسی کشورهای اسلامی*. تهران: جامعه‌شناسان.

• دانشگر، احمد. (۱۳۷۶). *فرهنگ جامع فرش*. تهران: یادواره اسدی.
• رابرتسون، رولند و خندکر، حبیب حق. (۱۳۸۳). *گفتمان‌های جهانی‌شدن*، ملاحظات مقدماتی. ت: مسعود مظاهری. *نشریه ارغنون*، ۱۰ (۲۴): ۷۶-۵۹.

• رضایی نبرد، امیر. (۱۳۹۱). *بررسی تأثیرات جهانی‌شدن بر هنر معاصر غرب از ۱۹۶۰ تا زمان حاضر*. *نشریه مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی*، ۳ (۶): ۱۷۸-۱۴۹.

• رضویان، محمد تقی. فنی، زهره و آقایی، پرویز. (۱۳۹۳). *سنجش و تحلیل میزان ادغام کلان شهرهای تهران و استانبول در فرآیند جهانی‌شدن*.

مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، ۵ (۱۶): ۱۶۲-۱۳۷.

• زکریایی کرمانی، ایمان. شعیری، حمیدرضا و سجودی، فرزانه. (۱۳۹۲). *تحلیل نشانه معناساختی سازوکار روابط بینافرهنگی در نظام گفتمانی*

فرش کرمان. *نشریه مطالعات تطبیقی هنر*، ۳ (۶): ۳۰-۱۱.

• شمس، مجید. صفاری راد، علی و قاسمی، احمد. (۱۳۹۴). *تأثیرات جهانی‌شدن بر ساختار کالبدی شهرهای اسلامی (نمونه موردی: کلانشهر*

اصفهان). *نشریه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۵ (۱۷): ۱۳۴-۱۱۹.

• صوراسرافیل، شیرین. (۱۳۸۱). *طراحان بزرگ فرش ایران*. تهران: نشر پیکان.

• علاقه‌مند، سپیده، صالحی، سعید و فرهنگ، مظفر. (۱۳۹۶). *مطالعه تطبیقی معماری و محتوای مدارس ایران از دوره سنتی تا نوین*. *باغ نظر*، ۱۴ (۴۹): ۵-۱۸.

• فکوهی، ناصر. (۱۳۹۲). *انسان شناسی هنر*. تهران: ثالث.

• کشاورز، یوسف. (۱۳۹۳). *آموزش و جهانی‌شدن*. در: *رویکردی چند رشته‌ای به جهانی‌شدن*. تهران: مرکز ملی جهانی‌شدن.

• گل محمدی، احمد. (۱۳۸۶). *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت*. تهران: نشر نی.

• گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). *مسائل محوری در نظریه اجتماعی*. ت: محمد رضایی. تهران: سعادت.

• میرزایی، عبدالله. (۱۳۹۵). *ساخت یابی عوامل موثر در شکل‌گیری مؤلفه‌های سبکی قالی‌های معاصر تبریز*. رساله دکتری. دانشگاه هنر اسلامی تبریز: دانشکده هنر اسلامی.

• Giddens, A. (1998). *The Third way*. Cambridge: Polity Press.

• Giddens, A & Sutton, P. (2014). *Essential Concepts in Sociology*. London: Polity Press.

• Hannerz, U. (1992). *Cultural Complexity*. New York: Colombia University Press.

• Helfgott, M. (1994). *Ties that Bind: A social history of the Iranian carpet*. Washington: Smithsonian institution.

• Spooner, B. (2011). *Weavers and Dealers: the authenticity of an oriental carpet*. In: *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Edited by Appadurai, A. New York: Cambridge University press.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

میرزایی، عبدالله. (۱۳۹۸). *تأثیر جهانی‌شدن بر مؤلفه‌های هویتی قالی‌های معاصر تبریز*. *باغ نظر*، ۱۶ (۷۲): ۴۰-۳۳.

DOI: 10.22034/bagh.2019.87460

URL: http://www.bagh-sj.com/article_87460.html

